

会 派 名 報告者氏名	社会クラブ・柏崎のみらい連合 佐藤 正典・星野 幸彦
種 別	■調査研究 (■行政視察) □研修会 □要請・陳情 □各種会議
用 務	伊勢市～観光戦略全般について
日 時	令和 7 年 1 月 29 日 (水) 10:00～11:30
場 所	伊勢市役所 本館 3 階伊勢市議会委員会室
調査項目等	<ul style="list-style-type: none"> ・伊勢市観光振興基本計画の概要について ・観光における広域連携について
概 要	<p>【社団法人 伊勢志摩観光コンベンション機構の概要について】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○組織概要 <ul style="list-style-type: none"> ・伊勢志摩地区（伊勢市、鳥羽市、志摩市、南伊勢町、玉城町、度会町）、地元民間企業等が中心となって設立した ○主な事業内容 <ul style="list-style-type: none"> ・観光情報の発信事業 ・観光客等誘致促進及び受入れ体制の整備に関する事業 ・フィルムコミッション事業 ・観光産業・観光文化の振興と人材の育成に関する事業 <p>【伊勢市の観光政策について】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○伊勢市について <ul style="list-style-type: none"> ・市の概要と主な観光資源 ○伊勢市の観光の状況 <ul style="list-style-type: none"> ・観光動向の特徴 (式年遷宮とまちづくり) ・観光客の推移と強み、特徴 ○伊勢市の取り組み <ul style="list-style-type: none"> ・伊勢市のありたい姿 ・景観を重視したまちづくり 
所 感 等	<p>【佐藤 正典】</p> <p>伊勢市の観光の特徴は、周辺自治体に点在する観光資源のそれぞれの魅力を広域連携によって増幅させて、集客に結びつけていることだ。その取り組みの中心にある組織が「伊勢志摩観光コンベンション機構」である。6市町、会議所、観光協会、交通会社などが会員となり一元的に観光情報発信、誘客事業、観光に関する調査研究、人材育成などに取り組んでいる。もちろん、この地域の観光の中核は、年間700万人以上が参拝に訪れる伊勢神宮であるが、その大きな集客を周辺地域まで効果的に波及させて、地域経済に貢献できていることが今回の視察によって具体的に理解することができた。</p> <p>柏崎市には魅力的な観光資源が存在しているが、行政面積が広いこともあり、一つひとつの魅力が点在していることに課題があると思う。従って、今視察で調査した伊勢志摩における広域連携の取組が、今後、柏崎が目指す広域観光（観光資源の相乗効果）のヒントになり得るのではないかと。</p> <p>【星野 幸彦】</p> <p>伊勢市と言えば年間800万人が参拝に訪れる『伊勢神宮』が所在しており、文字通り日本で有数の観光資源である。市全体で年間250万人規模の柏崎市から見れば羨ましいかぎりである。しかしながら課題がないわけでも現状を良しとしているわけでも無いことが今回の視察で強く感じられた。意外ではあったが伊勢市の最大の課題</p>

	<p>はインバウンドであり、『伊勢神宮』における外国人観光客の割合は2%ほどではないと言う事である。</p> <p>伊勢市単独でも内宮参道付近『おほらい町』『おかげ横丁』や外宮参道の景観を重視した整備、式年遷宮に関わるイベント等の対策は行われているが、更に伊勢志摩地域6市町が一体となり『伊勢志摩観光コンベンション機構』を立ち上げ観光を中心とした経済活性化に取り組んでいる。これにより2016年の伊勢志摩サミット時には『伊勢神宮』の外国人参拝者は10万人と過去最多を記録するなど顕著な実績を上げている。</p> <p>柏崎市においても市内観光資源をつなぐ取り組みは行われているが、場合によっては広域的に市外の観光拠点とコラボするような考え方も必要ではないかと感じた。</p>
種別	<input checked="" type="checkbox"/> 調査研究 (<input checked="" type="checkbox"/> 行政視察) <input type="checkbox"/> 研修会 <input type="checkbox"/> 要請・陳情 <input type="checkbox"/> 各種会議
用務	稲沢市～稲沢市シティプロモーションについて
日時	令和7年1月30日(木) 10:00～11:30
場所	稲沢市役所 本庁舎内
調査項目等	<ul style="list-style-type: none"> ・稲沢市のアピール戦略について ・シティプロモーション特設サイトの運営について
概要	<p>【稲沢市シティプロモーションの概要】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○これまでの歩み <ul style="list-style-type: none"> ・稲沢市シティプロモーション戦略の策定 ・シティプロモーション課の設立 ○稲沢市の魅力 <ul style="list-style-type: none"> ・名古屋駅から電車で約10分にあり、自然にも触れられる ○プロモーションサイトの開設 <ul style="list-style-type: none"> ・稲沢市にゆかりのある方から魅力を語ってもらう ・飲食店を漫画で紹介「もぐもぐいなざわ」 ○230万人都市「名古屋」をターゲット <ul style="list-style-type: none"> ・名古屋駅デジタルサイネージによるPR ・名古屋所属バレーボールチームとのタイアップ ○移住定住リーフレットの作成 <ul style="list-style-type: none"> ・子育て支援の取組やスポットなどを紹介 ○稲沢市の魅力を伝える <ul style="list-style-type: none"> ・YouTubeにPR動画を配信 ・ヤバいなざわイラストコンテストの実施 
所感等	<p>【佐藤 正典】</p> <p>稲沢市は本当に魅力的なまちだ。まず第一に、大都市名古屋に近く、わずか10分で中京地区の中心部である名古屋駅まで行ける。それなのに豊かな自然環境もある。商業施設も揃っている。更に、どこの自治体でも力を入れている子育て環境を充実させていて、若者の定住対策にも余念がない。</p> <p>こうした、多くの魅力を持ち合わせる稲沢市が行うシティプロモーション・シティセールスの取組には何が必要だったのか。そもそも、そんなに力を入れてまちを売り込まなくても、黙っていても人が寄ってくるのではないかと、視察当初はそう考えていた。しかし、決め手となる突出した魅力がなければ、そんな状況（黙ってい</p>

ても人が来る)にはならない。

稲沢市は、まちの印象を強くイメージさせる戦略に舵を切った。市制 65 周年の際に掲げたキャッチコピーである「ヤバいなざわ (ヤバい稲沢という意味)」は突き抜けていて、そのコピーが視察後に頭から離れない。市が使用する封筒や紙袋などには、これでもかという位、魅力をイメージさせるイラストや写真が載せてあり、楽しいまち、行ってみたいまちを連想させる。

柏崎市の魅力を外に発信していくうえで、様々な発想を大胆に織り交ぜながら、取り組んでいくことの必要性を今視察において学ぶことができた。

【星野 幸彦】

愛知県稲沢市は大都市名古屋から電車で 10 分という好立地に所在している。普通に考えたら大都市のベッドタウンや立地の利点からの産業発展が予想されるころであるが、実情は同様な環境の周辺自治体が多くある事が影響し、そう上手くはいっていないとの事である。いわゆる埋没していて選ばれないと言う事が正に切迫した課題である。

この課題解決のため稲沢市は『シティプロモーション』政策を強力に推し進めると言う市長の方針のもと新たに特に選抜した職員による『シティプロモーション課』を立ち上げた。実際この担当課からの説明をいただいたわけだが課長をはじめ当課全職員からは『失敗はできない』と言う使命感と気合が強く感じられた。

この意気込みが顕著に表れていたのがキャッチコピーの『ヤバいなざわ』であるが、名古屋駅でのデジタルサイネージやパンフレット・HPなどでアピールしているがインパクトは抜群と言う事で色んな意味で効果が表れているとの事、これでアイキャッチし子育て政策やグルメなどに展開をしている。キャッチコピーもそうだが、グルメでは特定の店の紹介をアニメで紹介したり、一言で言うと『非常に攻めてるなあ』と感じた。

柏崎市でここまで突き抜けてできるかどうかは別にして、市と議会が一丸となって課題解決に取り組む姿勢は学ぶことが多かった。